

Dos meios às mediações: Jesús Martín-Barbero na teoria da comunicação da Unisinos

From the media to mediations: *Jesús Martín-Barbero in the Unisinos* *communication theory*

PEDRO GILBERTO GOMES^a

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação.
São Leopoldo – RS, Brasil

RESUMO

Este texto, misto de ensaio e memória, procura situar Jesús Martín-Barbero e sua influência no ensino da teoria da comunicação nos cursos de comunicação social no Brasil, tendo como base o trabalho desenvolvido no então Centro de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. O pensamento de Martín-Barbero é colocado junto ao de outros pensadores seminais da área na América Latina, Beltrán, Kaplún e Pasquali. Espelha o percurso realizado antes do livro *De los medios a las mediaciones*, enfatizando a contribuição fundamental de Martín-Barbero para o ensino e a pesquisa de comunicação.

Palavras-chave: Mediação, Jesús Martín-Barbero, meios de comunicação, midiaticização, teoria da comunicação

^aProfessor titular do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Linha de pesquisa: Midiaticização e Processos Sociais. Pesquisador com Bolsa PQ2 do CNPq. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8287-694673>. E-mail: pedrogilberto28@hotmail.com

ABSTRACT

This text, a mixture of essay and memoir, aims to situate Jesús Martín-Barbero and his influence on the teaching of communication theory in social communication courses in Brazil, based on the work developed at the Center of Communication Sciences in the University of Vale do Rio dos Sinos. Martín-Barbero's thoughts are considered along with works from other seminal thinkers of the area in Latin America: Beltrán, Kaplún, and Pasquali. Reflecting on the course taken before the book *De los medios a las mediaciones* was published, we emphasize Martín-Barbero's fundamental contribution to communication teaching and research.

Keywords: Mediation, Jesús Martín-Barbero, media, mediatization, communication theory

¹ Na disciplina: *Sociedade, cultura e comunicação no Brasil* (1979-1985). ECA/USP: Coletânea de textos, 1985.

² Veja: Lima (1976).

³ O argentino Eliseo Verón é um caso à parte, pois está na base de todo o pensamento mais moderno sobre comunicação no continente. Pensador de dois mundos, Argentina e França, se moveu no domínio da semiótica. Entre nós, foi o primeiro a falar em mediatização. Entretanto, para o que aqui interessa (Jesús Martín-Barbero), é importante o registro sobre Kaplún, Beltrán e Pasquali.

⁴ A tradução brasileira se deu em 1997, pela Editora da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O CONTATO COM O pensamento de Jesús Martín-Barbero, espanhol naturalizado colombiano, deu-se em 1985, apenas dois anos antes da publicação de sua obra seminal, *Dos meios às mediações* (1987b), durante o curso de mestrado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, pelas mãos da doutora Anamaria Fadul¹. Foram estudados e discutidos três artigos de Barbero (1982, 1983, 1984c).

A realidade latino-americana entrava pela porta da frente na academia brasileira que discutia e refletia sobre comunicação. Naquele momento, o pensamento de Martín-Barbero assumia o papel de um terceiro elemento na polarização que acontecia no Brasil. De um lado, com toda sua carga histórica, o funcionalismo norte-americano. Esse pensamento, devedor dos postulados do funcionalismo histórico, estava fortemente estabelecido. De outro, apresentava-se o pensamento crítico da Escola de Frankfurt. Em pugna, visões teóricas defendidas por Merton e Lazarsfeld, do lado americano, e por Adorno, Horkheimer e Marcuse, do lado alemão².

No meio desse embate teórico se interpunha Jesús Martín-Barbero, com uma visão alimentada pelos postulados da Teologia da Libertação e da Educação Libertadora, de Gustavo Gutierrez e Paulo Freire, respectivamente.

Nessa trajetória, veio compor com Luiz Ramiro Beltrán (1981), Antônio Pasquali (1973) e Mario Kaplún (1985) o quarteto que marcou o pensamento comunicacional na América Latina³. O primeiro, preocupado com a comunicação participativa, propunha que se desse um adeus a Aristóteles, pois seu esquema expresso no tratado sobre a Retórica, apropriada e refinada pelos funcionalistas norte-americanos, ainda ficava numa visão autoritária e não participativa. O segundo também criticava severamente os posicionamentos funcionalistas e advogava uma concepção biunívoca de comunicação, distinguindo os processos de comunicação e de informação. O terceiro, comparando os processos de comunicação e de educação, propunha uma comunicação que enfatizasse o processo, superando assim o acento nos conteúdos e nos efeitos.

Com primazia para o pensamento de Martín-Barbero, esses quatro pensadores latino-americanos passaram a fazer parte do currículo do Curso de Comunicação Social, do então Centro de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, na cadeira de Teoria da Comunicação I e II, em 1989. Como se vê, apenas dois anos depois da publicação da obra maior de Martín-Barbero (1987b)⁴ os alunos da Unisinos tiveram contato com o seu pensamento.

JESÚS MARTÍN-BARBERO

Trazer Martín-Barbero para a disciplina de Teoria da comunicação proporcionou aos alunos de graduação da Comunicação Social uma mudança

de perspectiva na consideração da matéria: ao mesmo tempo em que criticava o funcionalismo norte-americano, privilegiava um pensamento latino-americano e construía uma alternativa às posições da Teoria Crítica da Escola de Frankfurt.

O teor do currículo de Teoria da comunicação, contemplando Jesús Martín-Barbero, foi registrado num manual acadêmico e depois publicado (Gomes, 2004). Muito embora façam parte do currículo também pensadores como Luiz Ramiro Beltrán (1981), Antonio Pasquali (1973) e Mario Kaplún (1985), é importante enfatizar aqui o que foi socializado aos alunos do pensamento de Martín-Barbero⁵.

⁵ Este ponto do pensamento de Martín-Barbero foi publicado na obra referenciada anteriormente.

Para compreender melhor as mudanças de perspectiva no estudo da teoria da comunicação advindas da reflexão de Martín-Barbero, convém aprofundar seu pensamento expresso em textos anteriores à obra *Dos meios às mediações*.

O posicionamento do pensador colombiano implica em repensar toda a metodologia do estudo da comunicação, com ressonância para a perspectiva do receptor e dos processos sociais de dominação, que evidenciam uma forma e uma maneira de comunicação.

Segundo Fadul, com a realidade da urbanização no continente, o massivo começou a ser estudado sob outro prisma, enfatizando que “durante muito tempo estigmatizado do popular puro e autêntico, identificados com uma cultura de origem rural, o massivo começou a ser estudado a partir de outra realidade: a das massas urbanas” (1989: 74).

Com esta posição, deu-se início à proposta de, lentamente, superar a oposição entre o massivo e o popular. Para ela, a posição que afirmava esta dicotomia ignorava que

nunca houve uma ruptura entre as diferentes formas de cultura, nem mesmo no passado, pois a cultura não é uma coisa estática, ela sempre incorporou elementos das diferentes culturas, isto é, das manifestações da cultura erudita, popular, massiva cruzada com aquelas da cultura local, nacional e internacional. (Ibid.: 74)

Deste modo, quando se nega ao rádio e à televisão o status de populares, se evidencia uma concepção de cultura que usa a cultura clássica como critério fundamental para a crítica do massivo.

Ainda nessa linha de pensamento, poder-se-ia dizer que o popular e o nacional se cruzam até mesmo na televisão latino-americana. Em muitos países, se nota o aumento da produção nacional em detrimento da produção importada norte-americana. O desafio para os pesquisadores da comunicação não é negar o caráter popular desses programas, mas sim compreender as razões do seu êxito. (Ibid.: 76)

Para dar conta deste fenômeno, o Mercado Cultural do Melodrama na América Latina se torna objeto de estudo para os pesquisadores da comunicação (Mattelart; Mattelart, 1989). A telenovela se situa na linha de reaproveitamento do melodrama, tradição histórica do continente. Analisam-se as telenovelas como formas de resistência à indústria cultural norte-americana. Mais ainda, no nível das massas, a integração cultural latino-americana se dá através das telenovelas. Até os países do Primeiro Mundo estão se preocupando com este fenômeno, estudando-o exaustivamente. Também aqui se impõe o seu estudo: “entre as várias formas buscadas para sua compreensão se delineia com nitidez a necessidade do conhecimento de seus gêneros e subgêneros” (Fadul, 1989: 80).

Neste particular, se situa a posição de Martín-Barbero como um dos autores que mais tem contribuído para uma reflexão sobre os gêneros e os meios massivos. Anamaria Fadul diz que ele assumiu “a proposta de um grupo de pesquisadores italianos, segundo o qual um gênero é antes de tudo uma estratégia de comunicabilidade, e é como marcas dessa comunicabilidade que um gênero se faz presente e analisável no texto” (Ibid.: 81).

Segundo Martín-Barbero (1987b: 241),

a consideração dos gêneros como fato puramente “literário” – não cultural – e desde o outro lado, sua redução à receita para a fabricação ou etiqueta para a classificação, nos tem impedido de compreender sua verdadeira função no processo e sua pertinência metodológica: chave para a análise dos textos massivos e, em especial dos televisivos⁶.

A análise dos gêneros se impõe principalmente no caso das telenovelas, pois, de outro modo, se torna impossível compreender o seu significado na cultura do continente. Também para a realidade do rádio é importante o estudo dos gêneros. Sintetizando, pode-se dizer que

o estudo de muitos dos meios massivos não se esgota no estudo da estrutura econômica, política, ideológica, discursiva da mensagem e muito menos nos estudos sobre a recepção. Os gêneros ganham assim uma centralidade nos estudos sobre a comunicação, pois articulam os dois momentos do processo de comunicação, emissão e a recepção. (Fadul, 1989: 82)

Dentro desta perspectiva, deve-se estender o estudo da comunicação para além dos meios. O importante é se deslocar para o cotidiano e aí pesquisar como as pessoas se comunicam. Diz Martín-Barbero que é necessário estudar “os processos de comunicação que acontecem na praça, no mercado, no cemitério,

⁶No original: “La consideración de los géneros como hecho puramente ‘literario’ – no cultural – y, desde el otro lado, su reducción a receta para la fabricación o etiqueta para la clasificación, nos han estado impidiendo comprender su verdadera función en el proceso y su pertinencia metodológica: clave para el análisis de los textos masivos y, en especial, de los televisivos”.

nas festas, nos ritos religiosos...”⁷ (Martín-Barbero; Mier Vega, 1993: 70). A partir desta pesquisa, é possível desenvolver uma metodologia que permita “relacionar o estudo da constituição de sentido, da produção de sentido, com os sentidos”⁸ (Ibid.: 70). Para isso, é necessário aprender a olhar, a cheirar, a ouvir, a apalpar os diferentes modos com que as pessoas se comunicam num mercado popular ou num supermercado, por exemplo.

Segundo Martín-Barbero, a realização deste estudo permite que se veja a necessidade de uma teoria que não se restrinja ao problema da informação, pois esta se tornou capital, mercadoria. Além disso, para grande parte das pessoas, a comunicação não se esgota nos meios. Se isso era (e é) verdade, então, para compreender o que se passa nas ruas, nas casas, nas praças ou nas festas, deve-se ir além de uma teoria da informação (Cf. Ibid.: 71). O autor afirma que “o problema não era que faltava lógica ou coerência a uma teoria pensada em termos de emissor, mensagem, receptor, códigos, fonte... O problema era que tipos de processos comunicativos eram pensados desde ali”⁹ (Ibid.: 71).

Na análise dos processos comunicativos numa festa, num baile, num sacramento religioso, fica muito difícil explicitar o emissor, o receptor, a mensagem. O comunicacional nestas práticas vai muito além das explicações da teoria da informação. A comunicação numa prática religiosa, por exemplo numa missa, diz respeito a outras dimensões da vida, a outras experiências, ultrapassando a mera teoria da informação. Por isso, falar de comunicação é falar de práticas sociais e o desejo de responder a todas as perguntas exige repensar a comunicação desde estas práticas (Ibid.: 71).

Essa afirmação de Martín-Barbero se reveste de importância capital hoje, quando a academia se debruça sobre o fenômeno da midiaticização. Assim como ele se questiona sobre os processos comunicativos pensados a partir do modo como as pessoas se comunicavam em ruas, praças e mercados, hoje o questionamento se volta para o tipo de sociedade que está emergindo dos processos de midiaticização.

Faça-se, aqui, uma referência à forma de comunicação dos relatos populares, compreendidos por Martín-Barbero (1983)¹⁰ como um modo de acesso a uma outra cultura. Segundo ele, o estudo dos relatos populares não se situa na literatura, mas na cultura, pois estão muito mais perto da vida do que da arte. O relato é um discurso que articula a memória do grupo e no qual se expressam as práticas deste. Este modo de dizer não só fala de algo, mas materializa algumas maneiras de ser¹¹.

O objetivo, nesse caso, é estudar alguns aspectos-chave dos modos de narrar da cultura não letrada, identificada como uma cultura cujos relatos não vivem no e nem do livro, mas vivem na canção e no refrão, nas histórias contadas boca

⁷No original: “los procesos de comunicación que se daban en la plaza, en el mercado, en el cementerio, en las fiestas, en los ritos religiosos...”.

⁸No original: “relacionar el estudio de la constitución del sentido, de la producción del sentido, con los sentidos”.

⁹No original: “el problema no era que le faltaba lógica o coherencia a una teoría pensada en términos de emisor, mensaje, código, fuente... El problema era qué tipos de procesos comunicativos eran pensables desde ahí”.

¹⁰Toda esta reflexão sobre o relato popular está baseada neste artigo.

¹¹Mais tarde, o problema foi tematizado como um novo modo de ser no mundo. Ver a obra de Faxina e Gomes (2016).

a boca, nos contos, nas piadas, nos provérbios. Estas formas, mesmo quando registradas em livro, nunca alcançam o status social deste meio, e tanto o seu modo de impressão quanto de circulação e consumo materializam um outro mundo de existência do relato popular. Mesmo quando as classes populares compram o livro, diz Martín-Barbero, não o fazem nas livrarias, mas nas bancas da rua ou nas barracas do bairro. O modo de aquisição tem muito a ver com as formas de uso. Muitas pessoas sabem ler, mas não sabem escrever. Sabem contar com riqueza de detalhes sua vida, mas têm uma dificuldade muito grande, para não dizer impossibilidade, em escrever o que sentem e vivem. Deste modo, persistem os dispositivos da cultura oral enquanto dispositivos de enunciação do popular, tanto nos modos de narrar como de ler. No relato popular são encontrados tanto um outro modo de narrar quanto um outro modo de ler.

Para Martín-Barbero, analisar relatos é estudar processos de comunicação que não se esgotam nos dispositivos tecnológicos porque remetem desde aí à economia do imaginário coletivo. O relato popular é caracterizado por algumas oposições. A primeira delas é que frente à novela e sua textualidade intransitiva, a narração popular é sempre um *contar a*. Sejam quais forem os seus modos, a narração é sempre uma posta em comum de uma memória que funde a experiência e o modo de contá-la. Não se trata apenas de memória de feitos, mas também de gestos. A segunda oposição fundamental é a que traça o relato *de gênero* ante o *de autor*. Esta é uma categoria fundamental para pesquisar o popular e o que dele ainda permanece no massivo. Gênero aqui não é entendido literariamente, mas como “um dispositivo por excelência do popular já que não são só os modos de escritura mas também de leitura: um “lugar” desde o qual se lê e se olha, se decifra e compreende o sentido de um relato”¹² (Ibid.: 64).

O relato culto, por sua vez, destrói os gêneros que, no popular-massivo, continuam vivendo e cumprindo o seu papel: articular a cotidianidade com os arquétipos.

Do mesmo modo, junto com os novos modos de narrar, existem, no mundo popular, diversos modos de ler que rediscutem por completo as teorias da recepção, tanto a funcionalista quanto a crítico-negativa. Ambas prolongam uma extensa tradição do processo educativo, segundo a qual este é transmitido de um *polo ativo*, que possui o saber, para um *polo passivo* e ignorante. Enquanto aquele é a elite, o intelectual, este é a massa, o povo. Cria-se, assim, a divisão inapelável entre esfera de produção (onde se situam a criatividade e a atividade) e esfera de consumo (em que residem a total passividade e o conformismo). Mesmo as mudanças ocorridas com os modernos meios não questionaram em absoluto o postulado da passividade. Romper com esta lógica implica em se deslocar do espaço teórico-político no qual se originou.

¹² No original: “un dispositivo por excelencia de lo popular ya que no son solo modos de escritura sino también de lectura: un ‘lugar’ desde el que se lee y se mira, se descifra y comprende el sentido de un relato”.

Tal deslocamento permite vislumbrar, ao menos, três aspectos diferenciais da leitura popular. Em primeiro lugar, *é uma leitura coletiva*. Aquela pessoa que sabe ler, o faz para os demais. O lido não é ponto de chegada, mas de partida, de reconhecimento e estopim para a memória coletiva que acaba reescrevendo o texto, reinventando-o ao utilizá-lo para falar e festejar outras coisas distintas das faladas pelo texto, ou as mesmas, mas com sentidos profundamente diferentes¹³.

Em segundo lugar, *é uma leitura expressiva*. Isto é, os leitores, enquanto sujeitos, não se envergonham de demonstrar e expressar as emoções suscitadas pela leitura. Para os habitantes da cultura oral, ler é escutar, mas essa é uma *escuta sonora*. Por sua vez, a elite cultural tem pudor em manifestar suas emoções.

Em terceiro lugar, esta é uma *leitura oblíqua, desviada*. É uma leitura cuja gramática é, muitas vezes, diferente da gramática de produção. A autonomia do texto é ilusória tanto do ponto de vista das condições de produção quanto do ponto de vista das condições de leitura. Esta é uma leitura performativa, através da qual os códigos populares se apropriam do que leem. Tanto a leitura dos folhetins do século XIX, como daquilo que hoje é apresentado pelo rádio ou pela televisão, dá lugar a uma multidão de formas de resistência e de re-apropriação.

Estes aspectos do relato são fundamentais em termos de comunicação libertadora, pois mesmo quando existem materiais escritos no movimento popular, estes se adaptam à dinâmica narrativa e de leitura das classes populares. Na aceitação desta forma de relato como memória-resistência, residem as condições da construção da cidadania.

Ao mesmo tempo, quando se aceita a cultura popular, se aceita também a presença do lúdico e da gratuidade na vida das pessoas. Entretanto, na sociedade atual, o lúdico foi cooptado pelo capital, que o transformou em motivo de lucro, destruindo a dimensão da gratuidade, fundamental para qualquer projeto libertador em termos de comunicação da *resistência*. Além disso, a gratuidade evidencia uma grande contradição: trabalhar com os meios de comunicação na sociedade capitalista, em que a lei fundamental é a do mercado e a lógica é a do capital, do lucro. Diante disso, é necessário pensar uma outra comunicação que supere uma série de limitações numa sociedade injusta. Como, numa sociedade injusta, lutar por outra comunicação? Eis porque é imperioso pensar as formas de ação possíveis no contexto injusto em que se vive, numa sociedade que nega à maior parte da população os direitos mínimos, fundamentais, mormente o de comunicação.

Sem contemplar esta contradição, é impossível pensar uma ação possível no domínio da comunicação. Caso contrário, corre-se o risco de ficar apenas na denúncia, sem que se proponham alternativas viáveis de comunicação. Quando

¹³ O Jornal *Lamparina*, de Santarém, é lido comunitariamente, segundo o testemunho de Regina Festa (1984).

relacionada à cultura popular, a comunicação pensa a contradição existente na sociedade capitalista e propõe alternativas para uma ação possível.

As posições de Martín-Barbero trazem uma perspectiva nova para o estudo da teoria da comunicação nos cursos de comunicação social. Postulam uma abordagem que supera o maniqueísmo teórico e leva em conta a dinamicidade do processo, advogando um protagonismo do receptor, que mais tarde seria tematizado como *recepção ativa, recepção crítica*¹⁴.

¹⁴ Essa foi a contribuição da União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) que em meados da década de 1980 desenvolveu o projeto de *Leitura crítica da comunicação*.

Para saber mais sobre esse projeto e sobre a história da UCBC, ver: Gomes (1995).

A contribuição de Martín-Barbero (1984d) foi também expressiva no domínio da pesquisa em comunicação. Para o autor, era preciso que se revisasse criticamente os modelos teóricos utilizados no domínio da comunicação. Alguns pontos abordados para dar conta desses desafios são marcados pela negação da teoria, pela direita, alimentando uma esquizofrenia: tendência ao teoricismo, por um lado, pela falta de produção e criatividade, em contraste com o grande número de reprodução, por outro (Ibid.: 25).

Nesse sentido, Martín-Barbero propõe algumas rupturas necessárias. Uma delas é aquela que se contrapõe à fascinação do poder por parte de certa esquerda. A outra se produz na tomada de consciência da atividade dos dominados (Ibid.: 28-29). Aqui já aparece o embrião da questão da mediação, desenvolvida com profundidade no livro *Dos meios às mediações*.

O autor enfatiza alguns tópicos que devem ser observados pela pesquisa em comunicação: a estrutura transnacional da informação (Ibid.: 30ss); as novas tecnologias de comunicação; a realidade da comunicação participativa, alternativa e popular. Nesse último caso, ganha força a questão do massivo-popular.

Na esteira dessa relação se situa a articulação entre cultura popular e comunicação de massa (Martín-Barbero, 1984b). Segundo ele, suas considerações se encontram no meio do caminho entre a reflexão exigida pela crise dos modelos teóricos e políticos e a especificidade da reflexão latino-americana sobre os processos de comunicação massiva (Ibid.: 3).

De outro lado, cultura, tecnologia, povo e comunicação de massa sempre estiveram presentes na preocupação de Martín-Barbero. Com artigos e conferências, enriqueceu o ensino e a pesquisa e ajudou a dar cor, rosto e especificidade para a reflexão que se desenvolveu no continente a partir da década de 1980 (Martín-Barbero, 1984a; 1985; 1986; 1987a; Martín-Barbero; Gonzaga Motta, 1983).

Na linha dessas preocupações, surge o enfoque no ensino da comunicação (1988). Martín-Barbero pergunta (e se pergunta) sobre a existência de uma especificidade para os estudos de comunicação para além da técnica. Para responder, destaca as mediações epistemológicas necessárias e sublinha a pluralidade de modos e usos dos meios. Termina sua exposição postulando, nos estudos de comunicação, um espaço para integrar pesquisa e produção.

REFLEXÕES CONCLUSIVAS

Na América Latina, esse percurso realizado antes do livro *De los medios a las mediaciones* mostra como a contribuição de Jesús Martín-Barbero é fundamental para o ensino e a pesquisa de comunicação. Além disso, a reflexão posterior que desembocou no estabelecimento do conceito de midiatização é devedora de Martín-Barbero. Seu papel na construção comunicacional a partir da realidade latino-americana criou condições para que se pensasse a comunicação para além do conceito de mediação.

O trabalho com a recepção, de Martín-Barbero a Orozco Gómez (1993), explora as possibilidades de dissensão e desentendimento no relacionamento dos receptores com os meios. Não existe, como diz, um cerceamento da imaginação na vida cotidiana. Pelo contrário, a matéria prima fundamental das produções televisivas modernas é constituída pela cumplicidade com a imaginação.

De outro lado, cada vez mais as pessoas se fecham sobre si mesmas, não dando condições de acessibilidade aos demais. Elas vivem, no dizer de Martín-Barbero (1993; 1998), *entre meios e medos*. A impermeabilização ao outro faz com que a consciência de um destino comum seja substituída pela preocupação hedonista com o bem-estar e com o projeto de realização individual. O outro deixa de ser um parceiro de viagem, um companheiro na construção social, para se tornar adversário e concorrente no usufruto das riquezas do mundo. A voracidade predatória toma o lugar da partilha fraternal.

Como as ruas e as cidades se tornaram perigosas, há um refluxo para o interior dos lares. Falta a comunicação interpessoal e aumenta o consumo dos meios de comunicação, cada vez mais adaptados às necessidades das pessoas. Quem tem poder aquisitivo maior, consome os produtos feitos por encomendas, via internet, TV a cabo, informática, multimídia; os pobres se contentam com os tradicionais meios massivos. À medida que aumenta o consumo de informação, de dados, diminui a intercomunicação pessoal. É possível afirmar que uma nova ambiência está sendo gestada: uma sociedade em midiatização, muito embora esse conceito ainda não se faz explicitamente presente, no pensamento de Martín-Barbero.

O autor ajuda a superar esse problema com o seu conceito de mediação, expresso em seu livro *Dos medios a las mediaciones*, traduzido no Brasil somente dez anos depois de sua publicação em espanhol.

Acerca desse conceito de midiatização, Eliseo Verón (2014), dando um passo muito importante, apresenta um esquema para sua análise (Verón, 1997), que supõe uma relação dos meios com as instituições, com os indivíduos e entre si, com os meios no centro. Há uma relação meio/sociedade, indivíduo/sociedade e instituições, meios/indivíduos, os indivíduos com as instituições, e os meios com as instituições e os indivíduos.

Esse foi um dos primeiros passos para a compreensão do processo de midiatização – populares se apropriam do que leem. Tanto a leitura dos folhetins do século XIX, como daquilo que hoje é apresentado pelo rádio ou pela televisão, dá lugar a uma multidão de formas de resistência o que talvez faltasse é o que se está avançando agora. Todo esse esquema, essa semiose da midiatização colocada por Eliseo Verón (2013), mais do que uma relação entre campos, se torna uma criação de uma nova ambiência sistemicamente pensada. Daí advém a necessidade de buscar e problematizar teoricamente, conceitualmente, a midiatização. É o que faz, por exemplo, José Luiz Braga (2006), quando a aborda como processo interacional de referência. Mais do que uma interação, a midiatização se torna um paradigma para o estabelecimento e para o inter-relacionamento das pessoas e a consequente produção de sentidos.

A preocupação com a midiatização que hoje se mostra em todos os setores precisa ser cuidadosamente analisada de modo a ver, a consolidar a midiatização como um conceito-chave do pensamento da realidade atual. No trabalho intelectual, no desenvolvimento das pesquisas, é preciso atentar para que o conceito de midiatização não se transforme num bordão sem sentido, num conceito vazio, sem conteúdo maior para explicar a sociedade. Essa é a preocupação e a crítica de David Deacon e James Stanyer (2014) no artigo “Mediatization: key concept or conceptual bandwagon?”.

Quando Fausto Neto (2013) relaciona os conceitos de circulação e de midiatização, implica que neste processo de circulação na sociedade, da questão das mensagens das inter-relações, é necessário ir além do senso comum e da superficialidade do conceito. Nesse processo de circulação, tanto o emissor quanto o receptor, e mais ainda, quanto a sociedade na qual vivemos e na qual estes meios acontecem, sofrem e são modificados no circuito.

Numa sociedade em midiatização, que processa esta inter-relação e circulação mediante redes sociais e meios massivos, as tecnologias digitais se tornam quase que uma *segunda pele* das pessoas, da sociedade, como Kerckhove (2009) fala “*na pele da cultura*”. Esta afirmação advoga a criação de uma nova ambiência, de novas relações a partir da circulação que acontece nesses meios. Aqui é que se deve buscar aquilo que está surgindo; aquilo que é uma nova ambiência; aquilo que é o novo da sociedade deste século XXI.

Dessa maneira, nessa nova ambiência, os seres humanos chegam numa sociedade que aí está, onde necessitam reestabelecer os seus sentidos. Eles têm que descobrir os pontos de referência que lhes dão sentido à existência.

Atualmente, esses pontos de referência são dados e explicitados por uma sociedade em midiatização. Nesta perspectiva é que se faz a relação entre a midiatização, sociedade e sentido. Numa visão mais processual, nota-se que a

questão da midiatização é um momento dentro de um processo, pois ela não existiu sempre, mas surge como consequência natural a partir da reflexão da sociedade dos meios, que se colocava com os meios dentro de um sistema, convergindo, se relacionando, se tornando presente em outros campos e sistemas. Os campos social, político e religioso, se transformaram, como mostra Fausto Neto (2005) no artigo sobre “Midiatização, prática social e prática de sentido”, evidenciando essa caminhada para mostrar que estamos superando essa sociedade dos meios para entrar numa sociedade que se estrutura em vias de midiatização.

A midiatização não é entendida como aparecer nos meios, mas como uma sociedade mais ampla. Isso é o fundamental de uma sociedade como um sistema de ambiência; evidentemente relacionado à evolução de uma sociedade dos meios, mas estruturando-se de maneira especial. Toda essa realização, inclusive da midiatização da sociedade, na sociedade em vias de midiatização, na sua superação de uma mera consideração dos meios, por exemplo, aparece muito clara no livro do dinamarquês Stig Hjarvard (2013), *A midiatização da cultura e da sociedade*¹⁵. Num primeiro momento este autor trata justamente da conceituação de midiatização para além de uma simples relação com os meios. Em determinado sentido, faz quase uma sociologia da midiatização, para depois a relacionar com alguns campos especiais como a cultura, os jogos, a política e a religião.

¹⁵ Traduzido e publicado pela editora Unisinos.

Gomes (2016), por exemplo, faz um questionamento importante ao analisar o conceito de midiatização, afirmando ser um conceito único, mas de múltiplas vozes. Em outras palavras, não é um conceito equívoco, mas que admite que várias pessoas o olhem e o digam de diversas maneiras – são múltiplas vozes que dizem. Ainda assim, não é polissêmico, é um conceito que pode ser nomeado como multivocidade. Desse modo, a midiatização deve ser sistemicamente articulada, contribuindo e significando uma nova ambiência na sociedade.

Avançando nessa linha, mas talvez não chegando a concluí-la, o artigo de Hjarvard na revista *MATRIZES* em 2012¹⁶ teoriza a mídia como agente de mudança social e cultural. Qual é o problema aqui existente? Quando Hjarvard afirma que midiatização é a teorização da mídia como agente de mudança social, está de alguma maneira permanecendo numa sociedade de meios, em que os dispositivos tecnológicos de comunicação, ou seja, os sistemas de comunicação, são agentes de mudanças culturais e sociais.

¹⁶ Versão modificada publicada em Hjarvard (2014).

Mais do que agentes de mudanças cultural e social, são a expressão de uma ambiência que traz consigo uma nova compreensão da sociedade da cultura, para além do mero dispositivo tecnológico. Cria essa ambiência e a trabalha, mas é mais amplo do que ela. A midiatização no sistema social é justamente aquele caldo ou cadinho cultural no qual os diversos campos e setores sociais interagem. A midiatização é algo mais amplo.

O fenômeno da midiáticaização possui uma carga semântica extremamente forte e se impõe como desafio para uma hermenêutica da sociedade contemporânea. Para dar conta desse desafio, a consideração individual de cada meio ou dispositivo tecnológico na sua singularidade demonstra sua insuficiência. Desse modo, em vez de singularizar a análise, como se faz habitualmente, deve-se levar em conta sua unidade e examiná-la como um *corpus* único e coerente, como uma proposta holística integrada e concorrente com o objetivo de compreender o momento presente.

Ao afirmar o conceito de mediação, portanto, nos seus diversos níveis (individual, situacional, social e vídeo-tecnológica), Martín-Barbero ajuda a assentar as bases para que a reflexão evolua para, no final dos anos de 1990, se centrar nos processos midiáticos e desembocar no conceito de midiáticaização.

Essa trajetória coloca Jesus Martín-Barbero como um pensador seminal, ao qual todas as pesquisas ulteriores sobre a comunicação devem fazer referência. Pode-se afirmar que o estudo da teoria da comunicação depois de sua obra não é mais a mesma. A pesquisa avança. Não retrocede. ■

REFERÊNCIAS

- BELTRÁN, L. R. Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. *Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo, v. 3, n. 6, p. 5-35, set. 1981.
- BRAGA, J. L. Sobre mediatização como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. *Anais...* Bauru: Editora Unesp, 2006. p. 1-16.
- DEACON, D.; STANYER, J. Mediatization: key concept or conceptual bandwagon? *Media, Culture & Society*, Thousand Oaks, v. 36, n. 7, p. 1032-1044, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443714542218>
- FADUL, A. Cultura e comunicação: a teoria necessária. In: KUNSCH, M. M. K.; FERNANDES, F. A. M. (Orgs.). *Comunicação, democracia e cultura*. São Paulo: Loyola, 1989. p. 69-85.
- FAUSTO NETO, A. Midiáticaização: prática social, prática de sentido. In: PROSUL: ENCONTRO DA REDE, COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE E SENTIDO, 1., 2005, São Leopoldo. *Anais...* São Leopoldo: Editora Unisinos, 2005. p. 1-16.
- _____. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, J. L. et al. *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2013. p. 43-64.
- FAXINA, E.; GOMES, P. G. *Midiáticaização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas, 2016.

- FESTA, R. *Comunicação popular e alternativa: a realidade e as utopias*. 1984. 290 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo, 1984.
- GOMES, P. G. *A comunicação cristã em tempos de repressão: a história da UCBC de 1970 a 1983*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 1995.
- _____. *Tópicos de teoria da comunicação*. 2. ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.
- _____. Mediatization: a concept, multiple voices. *Essachess: Journal for Communication Studies*, Les Arcs, v. 9, n. 2, p. 197-212, 2016.
- HJARVARD, S. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *MATRIZES*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91>
- _____. *The mediatization of culture and society*. London: Routledge, 2013.
- _____. Mediatization and cultural and social change: an institutional perspective. In: LUNDBY, K. (Ed.). *Mediatization of communication*. Berlin: De Gruyter Mouton, 2014. p. 199-226.
- KAPLÚN, M. *El comunicador popular*. Quito: Ciespal, 1985.
- KERCKHOVE, D. *A pele da cultura: investigando a nova realidade eletrônica*. São Paulo: Annablume, 2009.
- LIMA, L. C. (Org.). *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.
- MARTÍN-BARBERO, J. Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación. In: FORO INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL: COMUNICACIÓN Y PODER, 1., 1982, Lima. *Anales...* Lima: IPAL, 1982. p. 1-3.
- _____. Memoria narrativa e indústria cultural. *Comunicación y Cultura*, Ciudad de México, n. 10, p. 59-73, 1983.
- _____. *Comunicación y culturas urbanas* (projeto). Cali: Universidad del Valle, 1984a.
- _____. Cultura popular y comunicación de masas. In: INSTITUTO PARA AMÉRICA LATINA. *Materiales para la comunicación popular*. Lima: Centro de Estudios sobre la Cultura Transnacional, 1984b. v. 3, p. 3-19.
- _____. De la comunicación a la cultura: perder el objeto para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, Bogotá, v. 3, n. 5, p. 17-24, jul./dez. 1984c.
- _____. Desafios à pesquisa em comunicação na América Latina. *Boletim Intercom*, São Paulo, n. 49-50, p. 18-32, 1984d.
- _____. Pueblo y masa en la cultura: de los debates y los combates. *Tarea: Revista de Cultura*, Lima, n. 13, 1985.
- _____. Identidade tecnológica e alteridade cultural. In: FADUL, A. (Org.). *Novas tecnologias de comunicação: impactos políticos, culturais e socioeconômicos*. São Paulo: Summus, 1986. p. 121-132.

- _____. La comunicación desde la cultura, crisis de lo nacional y emergencia de lo popular. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Colima, v. 1, n. 3, p. 45-69, 1987a.
- _____. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987b.
- _____. Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 19, p. 24-29, 1988.
- _____. Comunicación y ciudad: entre medios y miedos. *Revista Comunicación*, Caracas, v. 18, n. 82, p. 73-77, abr./jun. 1993.
- _____. Comunicação e cidade: entre meios e medos. *Novos Olhares*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 5-9, 1998. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.1998.51305>
- MARTÍN-BARBERO, J.; GONZAGA MOTTA, L. Comunicación popular y los modelos transnacionales. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, Quito, n. 8, p. 4-11, ago. 1983.
- MARTÍN-BARBERO, J.; MIER VEGA, L. J. De la filosofía a la comunicación. *Revista Comunicación*, Caracas, v. 18, n. 82, p. 70-72, abr./jun. 1993.
- MATTELART, M.; MATTELART, A. *O carnaval das imagens: a ficção na TV*. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1989.
- OROZCO-GOMEZ, G. Hacia una dialéctica de la recepción televisiva. *Comunicação & Política na América Latina*, São Paulo, v. 13, n. 23-25, p. 57-73, 1993.
- PASQUALI, A. *Sociologia e comunicação*. Petrópolis: Vozes, 1973.
- VERÓN, E. Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 48, p. 9-17, 1997.
- _____. *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós, 2013.
- _____. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. *MATRIZES*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan./jun. 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p13-19>

Artigo recebido em 28 de agosto de 2017 e aprovado em 3 de janeiro de 2018.